

HAAGSE HISTORIE

BELEIDSPLAN

HUDIGE SITUATIE EN DOELSTELLING

Haagse Historie en Erfgoed (HH&E) is in de afgelopen zeven jaar gegroeid vanuit het niets. De resultaten die er nu zijn, zijn resultaten om trots op te zijn. De vraag dient zich aan of we hiermee tevreden moeten zijn, of ons moeten wapenen tegen krimp, of juist de vlucht naar voren moeten nemen en inzetten op verdere groei. In dit plan wordt een pleidooi gehouden voor groei. Er wordt een concrete doelstelling geformuleerd om 2.500 lezers van Haagse Historie magazine (HHM) te hebben in 2024 en het ontwikkelen van meer activiteiten, die echter een zeer logische samenhang hebben met de HHM-uitgaven.

DE SUGGESTIES EN IDEEËN DIE DEZE DOELSTELLINGEN ZOUDEN MOETEN HELPEN REALISEREN ZIJN DE VOLGENDE:

- (1) Mensen die geïnteresseerd zijn in geschiedenis, willen niet alleen een magazine lezen, maar willen elkaar ook zien en spreken. Evenementen waarop de in Haagse geschiedenis geïnteresseerde personen elkaar zien worden onverminderd voortgezet om het groepsgevoel te versterken; ten minste twee per jaar en gekoppeld aan de uitgave van een HHM-nummer.
- (2) De quiz heeft een te laag bereik en heeft te weinig groeipotentieel en vraagt daarentegen veel energie van de organisatoren. Voorstel is om de quiz per 2023 te beëindigen, maar het energieniveau vast te houden en in te zetten voor andere evenementen die een groter bereik hebben.
- (3) Met de groei en het professionaliseren van HH&E neemt onvermijdelijk de noodzaak om helpende handen beschikbaar te hebben toe. Nu wordt het merendeel van de activiteiten gedaan door het bestuur (en vanzelfsprekend "de adviseur" van het bestuur) en de redactie. Er is een beperkte groep vrijwilligers die HH&E helpt, bijvoorbeeld bij evenementen of onderhoud website. Er is geen vijver met potentiële bestuursleden en redactieleden. Voorstel is om degene die dit wensen een eigen "dossier" te geven en deze een commissie te laten vormen (van vrijwilligers) die de uitvoering van dat dossier ter hand neemt. Uit deze groepen kunnen zich ook weer nieuwe bestuursleden en nieuwe ideeën ontwikkelen.
- (4) Commissies stellen met hulp van de bestuursleden concrete doelstellingen en een plan op die zich goed verhouden tot de doelstellingen van HH&E. Het plan wordt goedgekeurd in het bestuur en over de voortgang wordt ieder kwartaal gerapporteerd door het verantwoordelijke bestuurslid of een commissielid. Mogelijke commissies zijn evenementen, social media, relatiebeheer, direct marketing, nieuwsbrief, samenwerking met andere historische organisaties, jaarthema's enzovoort. De werving van de commissieleden kan door het actief benaderen van geïnteresseerden door redactie en bestuur uit het eigen netwerk en door het plaatsen van een oproep in HHM.
- (5) De relatie met andere uitgaven zoals de Oud Hagenaar, Vrienden van Den Haag en Die Haghe kan intensiever worden.
- (6) HHM zou een podcast kunnen publiceren op een eigen kanaal (via de website) en bevorderen dat deze wordt overgenomen door andere kanalen (bijvoorbeeld Spotify, Storytel). De podcasts kunnen artikelen zijn uit HHM, opnames van voordrachten. Iedere keer dat wordt geluisterd is een moment waarop direct marketing kan worden bedreven doordat de luisteraar zijn gegevens kan/moet achterlaten.
- (7) De onderwerpen in iedere uitgave worden evenredig verdeeld over de interessegroepen van leeftijdsdoelgroepen, zoals 35-50, 50-65 en >65. Zodoende wordt geborgd dat alle leeftijdsgroepen steeds aan bod komen en geïnteresseerd blijven.
- (8) Samenwerking met andere uitgaven die dezelfde doelgroep bedienen worden geïntensiveerd, bijvoorbeeld door wederzijds promoties te doen, bijvoorbeeld een advertentie of uitnodiging om een proefnummer te ontvangen (verrijkt het potentiële lezersbestand).
- (9) Het werven van nieuwe abonnees kan worden geïntensiveerd door een actievere (AVG bestendige) direct marketing uitvoeren via de Nieuwsbrief. Dat betekent dat er acties moeten zijn die adressen van geïnteresseerden opleveren die toestemming geven om herhaald benaderd te worden. Belangrijk is dat die contacten "Nieuwsbrieven", steeds heel lezenswaardig zijn en oproepen tot meer, maar niet het gras voor HHM wegmaaien.
- (10) Nationale publieke media bewerken om Haagse historie in programma's een platform te geven. Deze uitzendingen gebruiken om HHM en HH&E te promoten. Via deze kanalen wordt de potentiële lezersgroep uitgenodigd om persoonsgegevens achter te laten die gebruikt kunnen worden voor direct marketing.